

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran pada Venya Digital Print Pasuruan dengan Menggunakan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity*, dan *Threat*” ini ditulis oleh Shindy Wulandari Islamiyah, NIM. 126405212153, dengan pembimbing Cepy Nurmalia Wahyuningtias, M.Pd.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Percetakan Digital

Konteks penelitian ini yaitu banyaknya usaha percetakan saat ini yang menyebabkan persaingan dalam industri ini semakin ketat. Venya Digital Print menjadi salah satu usaha percetakan yang menghadapi tantangan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mengatasi kendala yang dihadapi. Perumusan strategi dapat dilakukan melalui analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi usaha.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Venya Digital Print. 2) Untuk mengetahui analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Venya Digital Print.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis naratif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, dianalisis melalui beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Venya Digital Print telah mengimplementasikan bauran pemasaran 7P, meskipun masih terdapat aspek yang belum dioptimalkan. 2) Berdasarkan diagram SWOT, Venya Digital Print berada di kuadran I, yang menandakan posisi agresif dan memungkinkan penerapan strategi pertumbuhan. Strategi yang paling sesuai yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), seperti memastikan ketepatan waktu dalam memenuhi permintaan konsumen secara konsisten, melakukan promosi dengan menonjolkan keunggulan produk, menyediakan paket *bundling*, dan membuka cabang di daerah lain.

ABSTRACT

Thesis with the title “Marketing Strategy at Venya Digital Print Pasuruan by Using Strength, Weakness, Opportunity, and Threat Analysis” is written by Shindy Wulandari Islamiyah, NIM. 126405212153, with the supervisor of Cepy Nurmalia Wahyuningtias, M.Pd.

Keywords: *SWOT Analysis, Marketing Strategy, Digital Printing*

The context of this research is that there are many printing businesses today which causes competition in this industry to be increasingly fierce. Venya Digital Print is one of the printing businesses that faces these challenges. Therefore, an appropriate strategy is needed to overcome the obstacles faced. Strategy formulation can be done through SWOT analysis by identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats that affect the business.

The objectives of this research are: 1) To find out the marketing strategy implemented by Venya Digital Print. 2) To find out the SWOT analysis in determining the right marketing strategy at Venya Digital Print.

This research uses a qualitative approach with a narrative type. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Then, it is analyzed through several stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusion. Data validity checking is done by triangulation.

The results of this research show that: 1) Venya Digital Print has implemented the 7P marketing mix, although there are still aspects that have not been optimized. 2) Based on the SWOT diagram, Venya Digital Print is in quadrant I, which indicates an aggressive position and allows the implementation of growth strategies. The most appropriate strategy is the SO (Strength-Opportunity) strategy, such as ensuring timeliness in consistently meeting consumer demand, conducting promotions by highlighting product advantages, providing bundling packages, and opening branches in other areas.